EQUILIBRI 2-2006

COMUNICAZIONE, VIRALITÀ, CONTAGIO NELLA BLOGOSFERA

Antonio Caronia

La storia di Internet, ma più in generale dell'informatica e della telematica, è simile a quella di quasi tutti i mezzi di comunicazione (e di buona parte delle attività umane): strumenti nati senza un progetto e senza un unico inventore, o con un inventore il cui progetto iniziale è stato modificato e non di rado stravolto dalla forza dell'uso, dalle scelte non consapevoli e non programmate, ma "miracolosamente" convergenti di migliaia, o milioni, di utenti. L'Internet nata fra il 1969 e il 1981 come strumento di connessione della comunità scientifica internazionale è molto diversa da quella che conosciamo oggi, e che si sviluppò dopo il 1991 con il World Wide Web: ma neanche Tim Berners-Lee, inventore di questo sistema, avrebbe mai pensato a una diffusione così rapida e generalizzata dell'insieme di strumenti e linguaggi che costituiscono il WWW, e che hanno fatto di Internet, in meno di dieci anni, non solo il sistema più potente e universale (se non, ancora, il più generalizzato) di connessione e di circolazione dell'informazione, ma una delle spie e dei sintomi più evidenti del *nuovo mondo* in cui si è trasformata la tecnica ai tempi del digitale.

In una cosa comunque, sembrava a molti di noi all'inizio degli anni novanta, che le intenzioni degli iniziatori di Internet e quelle dei suoi nuovi, entusiasti, utenti, convergessero: l'Internet di massa ereditava dagli scienziati che l'avevano creata il carattere di orizzontalità, lo spirito di condivisione, il rifiuto delle gerarchie precostituite. Il modello comunicativo *molti-a-molti,* in cui ogni utente poteva essere di volta in volta emittente e ricevente, rivolgendosi potenzialmente a tutti gli altri in uno spirito di reciprocità, sembrava contrastare totalmente con quello *uno-a-molti*

tipico di tutti i mezzi di comunicazione di massa precedenti, dai giornali alla televisione, con una divisione dei ruoli rigida, determinata da fattori economici, politici e culturali. Internet poteva apparire insomma, dieci o quindici anni fa, quasi "naturalmente" un mondo di democrazia e di condivisione, in cui monopolii di qualsiasi tipo avrebbero fatto fatica ad attecchire. Non ignoravamo che tentativi in questo senso c'erano (Microsoft, in fondo, era stata fondata da tempo), ma ci sembrava che la rete delle reti avrebbe prodotto sufficienti anticorpi per conservare la propria libertà.

Probabilmente (anzi, sicuramente) sopravvalutavamo l'appetito di libertà dell'utenza e sottovalutavamo la forza e l'astuzia delle multinazionali dell'informazione e dell'intrattenimento. I siti si moltiplicavano esponenzialmente, è vero, il traffico di e-mail e chat cresceva a ritmi inimmaginabili, ma la trasformazione della rete in senso commerciale faceva ciononostante passi da gigante. All'inizio dell'ultimo decennio del secolo era già chiaro che la battaglia, da questo punto di vista, era perduta. L'indicatore più significativo del traffico non era il numero dei siti e delle pagine HTML, era chiaro, ma il tempo di connessione. Ora, già nel 1999 il 60% di questo tempo globale (cioè di tutti gli utenti) era appannaggio di 110 aziende a livello mondiale; nel 2001 la stessa percentuale di tempo era assorbita da 14 aziende. Il modello molti-a-molti si stava dimostrando rapidamente soltanto teorico. Le linee di comunicazione non si attivavano, o restavano soltanto private. L'informazione (sui grandi temi o sulle piccole notizie) restava appannaggio dei professionisti, che riproducevano sulla rete il modello degli strumenti tradizionali: pochi e specializzati produttori di informazione, tanti e spersonalizzati consumatori. Il cambiamento più significativo era che ai siti di informazione tradizionale (quelli di quotidiani e reti tv) si affiancavano nuovi soggetti, perché molti portali di intrattenimento o di servizio aprivano anche sezioni informative, alcune delle quali (per esempio le news di Google) guadagnavano rapidamente pubblico e autorevolezza. Ma le tradizionali divisioni fra produttori e consumatori (di cultura,

come di ogni altro genere di merci) sembrava riproporsi con la stessa forza di prima, se non ancora maggiore.

Le conseguenze che dobbiamo trarre da queste considerazioni non sono però lineari e deterministiche. Dobbiamo certo essere consapevoli che l'orizzontalità e l'apertura di Internet non sono un risultato acquisito, non sono date una volta per tutte – ma ciò non vuol dire che siano del tutto scomparse dalle reti, che non costituiscano una prospettiva, e (per una parte delle nuove comunità telematiche) non siano già un orizzonte. Proprio a partire dal 1999, quando cioè la colonizzazione del ciberspazio a opera delle multinazionali del software e dell'intrattenimento sembrava aver fatto passi avanti decisivi, i movimenti internazionali contro la globalizzazione liberista che erano nati a Seattle davano vita a un nuovo fenomeno, quello del *mediattivismo*. Consapevoli che i media tradizionali, gestiti dai professionisti dell'informazione, davano di questi movimenti un'immagine distorta, e fortemente influenzata da pregiudiziali ideologiche tanto più prepotenti quanto meno dichiarate (e spesso più inconsapevoli), i movimenti no global (o new global) tentavano di offrire un coordinamento alla brulicante attività di informazione dal basso che si esprimeva al loro interno. Gli strumenti (cioè i siti) che venivano costruiti non avevano un carattere accentrato e filtrante, ma al contrario si sforzavano di documentare il più possibile la massa di filmati e corrispondenze spontanee dai meeting, dai cortei, dalle commissioni, dalle iniziative locali che esprimevano la ricchezza (e anche il disordine) di quei movimenti. In poco tempo la rete di Indymedia (il più conosciuto e diffuso di questi strumenti) si estendeva a tutti i paesi toccati dal fenomeno, articolandosi (per ovvie ragioni linguistiche e culturali) in siti nazionali. Le nuove possibilità offerte dalle tecnologie digitali di registrazione del suono e dell'mmagine a basso costo venivano sfruttate per rendere disponibili brevi file audio e video che, accoppiati ai testi di informazione e di commento che provenivano da militanti, singoli o a gruppi, contribuivano a far circolare quelle notizie sulle lotte e le iniziative che i media tradizionali (anche quelli sulla rete) non diffondevano, o presentavano in una luce sfavorevole o pregiudizialmente ostile.

La cosa più interessante di questo fenomeno è che esso non rimase confinato agli ambienti dei movimenti, ma provocò ben presto iniziative analoghe all'interno stesso del mondo dell'informazione ufficiale, dove gruppi di giornalisti (e singoli) insoddisfatti del modo in cui i media davano copertura informativa agli avvenimenti, cominciarono a costruire su Internet propri strumenti paralleli di informazione e di riflessione. A livello internazionale, ciò diede luogo a un fenomeno come "Reporter sans frontières", e a livello nazionale a molteplici iniziative (in Italia bisognerà ricordare almeno l'associazione Megachip, fondata da Giulietto Chiesa, e il sito "Il babrbiere della sera"). Negli ultimi sei/sette anni fra i siti di Indymedia, queste iniziative di giornalisti "dissidenti", e altre iniziative di associazioni e gruppi nate all'interno dei movimenti (p. es. Attac, e in Italia Retelilliput, Carta e Socialpress), si sono costituite reti informali che hanno esteso largamente la propria attività, soprattutto in occasione del largo movimento internazionale contro la guerra espresso negli anni 2001-2004.

Il fenomeno del mediattivismo, se non ha scalfito la supremazia degli "ascolti" su Internet dei giganti dell'informazione e dell'intrattenimento, ha tuttavia costretto questi ultimi a tener conto di un maggiore pluralismo delle fonti e delle posizioni. E tuttavia, com'è ovvio, si tratta di un fenomeno che riguarda settori senza dubbio minoritari della rete, a cui, come accade per i movimenti contro il liberismo e contro la guerra, si può dare il nome di "opinione pubblica" solo per gli effetti che occasionalmente essi producono nell'infosfera e nella società più che per un loro effettivo "radicamento". Ma più recentemente altri fenomeni sono arrivati a rimettere in discussione il carattere verticale dell'informazione in rete, fenomeni che non sono basati su prese di posizione generali su problemi politici e sociali, ma esprimono un'esigenza di espressione e di circolazione più radicale, anche se fondata su basi più individuali e meno socialmente o politicamente connotate (o forse, più radicale proprio per queste ragioni). Il fenomeno dei *blog*, dei diari privati o privatissimi ma messi in rete e resi pubblici, destinati ognuno magari solo a una piccola cerchia di

amici, ma intersecantisi in un'esplosione di connessioni e di reciprocità che cresce esponenzialmente, va letto e interpretato attentamente per i bisogni che esprime e per i modi con cui cerca di soddisfare questi bisogni. Certo, come per il mediattivismo, e per ogni fenomeno legato a Internet, esso è stato reso possibile dall'aumento accelerato ed espansivo della potenza dei software di comunicazione e di espressione: in questo caso, da un accorto mix di facilità esecutiva e di interattività caratteristico delle piattaforme con cui vengono costruiti gli stessi blog. Queste piattaforme richiedono all'autore del blog solo una limitatissima e basilare conoscenza del codice HTML (che è il linguaggio ipertestuale delle pagine Web), permettono la pubblicazione immediata del blog e dei suoi aggiornamenti sui siti che li ospitano, consentono ai frequentatori di commentare in tempo reale i testi, le immagini o i suoni del blog, ma riservano all'autore del blog stesso le decisioni finali sull'architettura, i contenuti e la *policy* del proprio diario.

Non c'è dubbio che la grande quantità di questi milioni e milioni di pagine che in poco più di due anni hanno riempito Internet siano prodotte e messe in rete da giovani e giovanissimi che vi riversano in genere cronache di eventi, relazioni, esaltazioni e turbamenti di carattere rigorosamente privato, destinate quindi a estendere, rafforzare e gestire una piccola rete di amori, amicizie e conoscenze: volendo modificare gli assodati modelli comunicativi di cui sopra, si potrebbe azzardare una nuova categoria, quella della comunicazione *molti-a-pochi*. E tuttavia non ci dovrebbe sfuggire che il fenomeno sembra indicare un'esigenza non solo relazionale, ma anche espressiva, che evidentemente molti giovani non trovano soddisfatta nelle regioni economicamente e comunicativamente più forti e "ufficializzate" del Web. E sbaglieremmo anche a non cogliere una richiesta, certo inconsapevole spesso, e confusa, di un nuovo "spazio pubblico", in cui magari a essere in discussione non sono le grandi opzioni di carattere economico, politico e sociale, ma le scelte di vita quotidiana di una generazione sommersa da modelli comportamentali standardizzati e contraddittori, da offerte di merci pletoriche e caotiche; in questo magma l'emergere dell'affettività, della speranza e della

disperazione, dell'urlo e del dialogo, sembra insieme la ricerca di un senso e l'affermazione di una soggettività a un tempo stimolata e repressa, in una situazione di gigantesco e crudele "doppio legame" che caratterizza, oggi più che mai, la società del capitalismo cognitivo.

E comunque, anche in un quadro che resta generalmente quello che abbiamo delineato, nel mondo dei blog affiorano già ora esigenze e proposte più strutturate. Molti di essi (certo non la maggioranza) vengono proposti alla rete con intenti più esplicitamente informativi: sono proposte molto mirate e selezionate su campi ad ampio spettro come la musica, le arti visive, il cinema o la letteratura, o su opzioni culturali ancora più di nicchia, che possono andare dall'erotismo fetish a forme di collezionismo. Restano legati in ogni caso ai gusti e alle scelte individuali del blogger, ma possono essere un indicatore molto sensibile e aggiornato dei movimenti molecolari che percorrono le zone della produzione e del consumo culturale, e che sfuggono, per la loro grana troppo fine, alla rilevazione del sistema ufficiale dei media: preziosi, dunque, per tracciare un quadro tendenziale dei comportamenti e dell'immaginario in una situazione sempre più complessa, di un equilibrio instabile ma ricco tra offerta e domanda. Ma in situazioni particolari (per esempio in presenza di un blocco dell'informazione professionale in certe zone di guerra) alcuni blog si sono rivelati come l'unica fonte di notizie disponibile, e quindi sono balzati immediatamente all'attenzione internazionale.

I blog possono essere ricondotti a un più generale fenomeno che è stato definito "media contagiosi": siti e iniziative che nascono sulla rete quasi sempre per caso o fuori da una progettualità tradizionale, e che per il gioco delle connessioni si trovano senza volerlo a essere al centro di reti spontanee o a fenomeni di diffusione "virale" (come fu il caso, nel 1994, del video di Numa Numa Dance, o più recentemente della rete di impiegati Bored at Work Network (BWN), che rischia di diventare il più grande media alternativo a quelli *corporate*. Un segno in più della grande complessità e della grande vitalità della rete.